

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

***“Análisis del Plan de Marketing de la
Agencia de Viajes Explorando Perú”***

Para obtener el título profesional de Licenciado en Administración en
Turismo y Hotelería

Autor:

Quispe Briones, Guisella Yezzenia

Asesor Temático:

Villena Lescano, Carlos

Asesor Metodológico

Cornejo Guerrero, Miguel Antonio

Línea de Investigación:

Creatividad e Innovación en el Desarrollo de Productos Turísticos
Sostenibles

LIMA-PERÚ

2011

*A quien me ha enseñado lo que significa
el esforzarse día a día para obtener
grandes resultados: Dios y Mi Madre.*

La presente tesis es un esfuerzo en la cual, directa o indirectamente, participaron varias personas leyendo, opinando, corrigiendo teniéndome paciencia, dando ánimos por ello doy mi profundo agradecimiento a aquéllas personas.

INDICE

RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
I.- PLAN DE INVESTIGACIÓN:.....	11
1.1.- Planteamiento del Problema:.....	11
1.2.- Formulación del Problema:	13
1.3.- Objetivos:	13
1.4.- Justificación:	13
1.5.- Alcances y Limitaciones:	14
1.5.1.- Alcances:	14
1.5.2.- Limitaciones:	14
II.-MARCO TEÓRICO:	15
2.1.-Antecedentes:	16
2.2.-Marco Teórico:.....	19
2.3.- Marco Conceptual:	25
III.-MARCO METODOLÓGICO:.....	29
3.1. Variable:.....	30
3.1.1. Variable Independiente:	30
3.1.2. Definición de Variables:	30
3.1.2.1. Definición Conceptual:	30
3.1.2.2. Definición Operacional:.....	30
3.2. Paradigma Metodológico:	31
3.2.1.Tipo de Estudio:	31
3.2.1.1. Investigación Descriptiva:	31
3.2.2. Diseño de Investigación:	31
3.2.2.1. Diseño No Experimental:.....	31
3.2.3. Población:	32
3.2.4. Muestra:.....	32
3.2.5. Muestreo:	33
3.2.6. Tecnicas e Instrumentos de Recolecciond e Datos:.....	34
3.2.7. Método de Analisis de Datos:	35
IV.- RESULTADOS	36
4.1.- Descripción e Interpretación de los resultados:.....	37
4.2.- Discusión:	55
4.3.- Conclusiones:	57
4.4.- Recomendaciones:	60
4.5.- Referencias Bibliográficas	62
ANEXOS:	64

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

CUADROS

Cuadro N° 01: Diseño y Niveles de Investigación:	65
Cuadro N° 02: Matriz de Consistencia:	66
Cuadro N° 03: Matriz de Operacionalizacion de las variable:	67
Cuadro N°04: Información de la Población Definición Conceptual:	68
Cuadro N°05: Formato de Encuesta Definición Operacional:	70
Cuadro N°06: Conceptos Centrales de Marketing Paradigma Metodológico:	73
Cuadro N°07: Modelo simple del Proceso de Marketing Tipo de Estudio:	74

Validación de Encuestas

RESÚMEN

La presente investigación se elaboró con el objetivo de encontrar las causas por las que el desarrollo y desenvolvimiento de la agencia de viajes Explorando Perú, en la medida que transcurre el tiempo, no ha obtenido los resultados que esperaba. Es por ello que pretendo analizar el plan de marketing que la agencia de viajes Explorando Perú lleva a cabo. Esperando que una vez cumplido el objetivo pueda explicar la incertidumbre en la que se encuentra la empresa respecto a su situación actual. También se busca que en la medida en que se determine como es que funciona el plan de marketing se pueda ayudar de cierto modo en base a recomendaciones a la empresa para mejorar cada error que presente el plan de marketing permitiendole de esa manera encontrar el verdadero camino y un direccionamiento adecuado hacia lo que se propone lograr la empresa.

ABSTRACT

This research was developed with the aim of finding the causes for that the development of the travel agency Explorando Peru, as time goes on, has not obtained the results that the company expected. That is why I intend to analyze the marketing plan travel agency used by the Agency Explorando Peru, hoping that after completing the objective I can explain the uncertainty about the current situation of the company.

Also I seek to the extent it is determined how functions as the marketing plan, I could help in some way on the basis of recommendations to the company to improve every mistake of this marketing plan thereby allowing you to find the true path and a right direction that the company intends to achieve.

INTRODUCCIÓN

El turismo escolar constituye una importante herramienta activa en la formación del niño, adolescente entendiendo que la actividad turística, en sus aspectos sociales, económicos, culturales, recreativos, históricos y ambientales, conlleva al conocimiento, la revalorización de la identidad cultural, al desarrollo social y a la convivencia creciente con el medio ambiente.

Los aportes que introducen los viajes culturales son importantes para todo individuo, insertándose en un proceso formativo que se va conformando de distintas instancias y experiencias, donde lo vivencial tiene una significativa participación. En el caso de los niños constituyen un esencial ingrediente en el desarrollo de valores humanos, culturales y sociales, en actitudes de reconocimiento y preservación de la cultura, por lo que se considera fundamental brindar esta posibilidad a todos los escolares que quieran explorar y conocer su país.

Muchos emprendedores y empresarios desconocen la importancia que el marketing tiene para el éxito de sus negocios. Sin embargo, se trata de una pieza esencial para las empresas y los emprendedores que buscan la supervivencia y éxito de sus empresas.

Por la gran importancia y debido al crecimiento constante de este sector es que mediante esta investigación se busca en primera instancia analizar el plan de marketing aplicado por la agencia de viajes Explorando Perú.

A la vez se quiere comprobar si con un buen manejo del plan de marketing la agencia de viajes explorando Perú podrá lograr realizar una adecuada administración estratégica con lo cual logrará conseguir un mayor conocimiento sobre sus ventajas respecto a los demás competidores, y a la vez pueda adecuar las estrategias de marketing a su situación actual.

En el Capítulo I, Se detallará la problemática, los objetivos, justificación así como también los alcances y limitaciones. En el capítulo II, se desplegará el marco referencial, donde se plasmará los antecedentes de la investigación, el marco teórico y conceptual como bases teóricas para la fundamentación de la tesis. En el Capítulo III, se desarrolla la metodología de estudio, el diseño, las variables y la técnica de recolección de datos. Y finalmente en el Capítulo IV, Se especificarán los resultados, sugerencias las referencias bibliográficas y anexos.